



EL PODER DEL CONSUMIDOR

## La presencia de OXXO en México es una amenaza para la salud que debe frenarse

- *La cadena OXXO ha logrado abrir una tienda cada 14 horas y estar a solo 8 minutos de sus potenciales consumidores, lo que ha tenido repercusiones graves en la salud de las personas.*
- *Los productos como bebidas alcohólicas, cigarros y refrescos fueron referidos por el personal de la tienda como los más vendidos.*
- *Un mayor número de tiendas de conveniencia, se asocia con mayor mortalidad por enfermedades crónicas no transmisibles<sup>1</sup>*

**Ciudad de México, a 16 de julio 2024.** La cadena de tiendas de conveniencia OXXO se ha consolidado en México, logrando abrir una tienda cada 14 horas y proyectando establecer una sucursal a 8 minutos de sus potenciales consumidores, trayendo repercusiones en la salud de las personas al modificar el entorno alimentario. Bebidas alcohólicas, cigarros y refrescos son los productos más vendidos en las tiendas. De hecho, estos productos representan el 88% de los 870 productos registrados para la venta en la tienda OXXO, según lo ha denunciado la organización El Poder del Consumidor durante la presentación del estudio **Radiografía OXXO: Productos que enferman tu vida.**

El estudio se realizó en el periodo de enero y mayo de 2024. Documentó la disponibilidad, calidad, oferta, promoción y publicidad de productos procesados y ultraprocesados y otros, como el tabaco y alcohol, que se ofrecían en 12 tiendas de conveniencia OXXO de la Ciudad de México seleccionadas por su ubicación y grado de rezago social (GRS). El 83% de las tiendas que se visitaron se encuentran en zonas con bajo GRS y una minoría en medio-alto GRS.

Durante la investigación se registraron **671 productos procesados y ultraprocesados**, de estos, el 23% eran bebidas azucaradas, 16% botanas saladas y 15% confitería. El 71% mostraba el sello de exceso de calorías en el empaque, 56% exceso de azúcares y 37% exceso de sodio. Aproximadamente, el **91% del total de los productos procesados y ultraprocesados tenía al menos un sello de advertencia, mientras que el 65% de ellos presentaron entre dos y tres sellos.**

Al respecto, la Dra. Alejandra Contreras del Centro de Investigación en Nutrición y Salud del INSP comentó, “los ultraprocesados son productos alimenticios elaborados con sustancias del procesamiento industrial, lo que implica el uso de aditivos alimentarios. Estos aditivos han sido vinculados a numerosos efectos adversos para la salud, como trastornos digestivos, alergias, hiperactividad y un aumento del riesgo de neoplasias o tumores. Aunque los aditivos alimentarios están regulados por COFEPRIS, a través de un acuerdo, la evidencia científica internacional demuestra que los productos ultraprocesados incrementan el riesgo de obesidad, enfermedades crónico-degenerativas y cáncer. En México, se ha observado que una mayor densidad de comercios de ultraprocesados se correlaciona con una mayor prevalencia de obesidad en

---

<sup>1</sup> Garduño-Alanis A, Contreras-Manzano A, Salgado JC, et al. A high density of ultra-processed food, alcohol & tobacco retail stores, and social inequalities are associated with higher mortality rates of non-communicable diseases in Mexican adults: 2005 to 2021. PLoS One. 2024.



## EL PODER DEL CONSUMIDOR

adultos. Por lo tanto, se requieren regulaciones que limiten la excesiva disponibilidad de productos ultraprocesados en múltiples municipios del país."

Se ofertan todo tipo de bebidas alcohólicas, mayoritariamente cervezas cubriendo el 73% de estos productos. Dentro de los productos del tabaco se registró un predominio de los cigarrillos con 93%.

Igualmente, se registró una cantidad considerable de estrategias promocionales como descuentos y emparejamientos de productos, principalmente de bebidas azucaradas/ alcohólicas y botanas. La publicidad favorece marcas como Coca-Cola y servicios de OXXO. Las temáticas de promoción giran alrededor de la conveniencia y el ahorro, siendo las bebidas alcohólicas las más promocionadas.

Las promociones definen el tipo de clientela. Los principales consumidores registrados fueron hombres adultos (45.8%), seguidos por mujeres (31.1%) y niños, niñas y adolescentes (21.1%).

Por su parte el Mtro. Arturo Sabines, Vocero de la Red de Acción sobre Alcohol (RASA), comentó que "con base en evidencia científica se ha comprobado que a una mayor disponibilidad aumentan el consumo excesivo de alcohol, lo que por supuesto conlleva el incremento de consecuencias tales como violencia (interpersonal y familiar), conducción de vehículos bajo los efectos del alcohol, conductas sexuales de riesgo, entre otras y concluyó que lamentablemente a este respecto, hoy en día en México existe el mayor número de puntos de venta de alcohol en toda su historia, en donde destacan por su presencia las tiendas OXXO".

Las tiendas OXXO son establecimientos impulsados por Coca-Cola FEMSA y Cervecería Cuauhtémoc con finalidad de comercializar sus productos principales: refrescos y cervezas, por lo que no resulta extraño que sean estos los productos más publicitados. Las tiendas de conveniencia ofrecen otros productos y servicios como tabaco, alcohol, café, comida rápida y gasolina.

A la fecha, se han abierto más de 23 mil tiendas OXXO en México y han logrado expandirse por Latinoamérica y Europa. A medida que aumentan las tiendas de conveniencia de OXXO, aumenta la oferta y el consumo de productos nocivos para la salud. La evidencia sugiere que tener en el entorno una alta densidad de tiendas de productos nocivos a la salud, se asocia con una mayor mortalidad por enfermedades crónico-degenerativas.

En México, del total de las muertes presentadas por enfermedades crónicas no transmisibles en el año 2021, el 26% se atribuyeron al consumo de productos procesados, un alto consumo de alcohol y un alto uso de tabaco. Además, a estos productos se les asocia con riesgo de enfermar o morir por la diabetes, cardiopatías, enfermedades cerebro vasculares, violencia interpersonal, suicidio, siniestros viales, cáncer de hígado, de pulmón o de páncreas, entre otras. Al ser las principales causas de muerte en nuestro país, se requiere tomar conciencia del daño que provoca dar acceso al mercado a este tipo de establecimientos.

La Dra. Adriana Garduño catedrática en la Universidad Autónoma del Estado de México e investigadora posdoctoral del INSP comenta: "Entre 2005 y 2021, la mortalidad por enfermedades crónicas no transmisibles en adultos mexicanos aumentó en un 53%, existiendo diferencias significativas entre municipios. Este incremento está asociado a inequidades sociales, como la pobreza, el acceso a servicios de salud, el indigenismo, y a una alta densidad de tiendas que comercializan alimentos ultraprocesados, alcohol y tabaco. Es necesario implementar acciones



## EL PODER DEL CONSUMIDOR

que regulen la disponibilidad de estos productos, enfocándose en las poblaciones más afectadas, con el fin de contribuir a la reducción de desigualdades entre estados y municipios, y prevenir las muertes por estas enfermedades en México.”

Ante la proliferación de estas tiendas aún se encuentran como alternativas las políticas dirigidas a la creación de mercados públicos que acerquen a los consumidores a la compra de alimentos saludables y las políticas que regulen la presencia de este tipo de tiendas de conveniencia. En centrales de abasto y mercados públicos se distribuyen principalmente productos básicos de diferentes productores. La compra de productos en estos sitios promueve una vinculación con productores establecidos y minoristas, en ellos se distribuye cerca del 70% de la producción agropecuaria nacional. Desafortunadamente, su presencia ha disminuido con el paso del tiempo. Durante el año 2008 se conocían cerca de 4,237 establecidos, mientras que en el año 2022 se identificaron cerca de 3,344.

Se debe priorizar la salud frente a los intereses comerciales. La presencia de las tiendas de conveniencia OXXO debe frenarse como medida de prevención y protección de la salud.

### **Contacto prensa:**

Rosa Elena Luna cel. 55-2271-5686;

Diana Turner cel. 55-8580-6525;

Denise Rojas cel. 55-1298-9928

### **Referencias:**

- Garduño-Alanis A, Contreras-Manzano A, Salgado JC, et al. A high density of ultra-processed food, alcohol & tobacco retail stores, and social inequalities are associated with higher mortality rates of non-communicable diseases in Mexican adults: 2005 to 2021. PLoS One. 2024.
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. Gobierno de México. Las centrales de abasto y los mercados mayoristas en México. Mayo 2016
- Censo Nacional de Gobiernos Municipales y Delegacionales 2021 y 2023. Resumen de los resultados de los Censos Económicos 2009; Micro, pequeñas, medianas y grandes empresas. Estratificación de los establecimientos. Censos Económicos 2009.